

**Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Sponsorship *Brand*
Activation Blibli di Era Pandemi COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

FATKHUR ROHMAN

201410040311111

Dosen Pembimbing:

1. Jamroji, S.Sos., M.Comms

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH- MALANG**

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
SPONSORSHIP *BRAND ACTIVATION* BLIBLI
DI ERA PANDEMI COVID-19**

Diajukan Oleh :

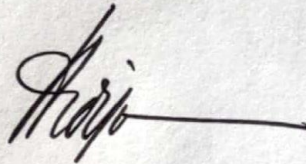
FATKHUR ROHMAN

201410040311111

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Sabtu / 24 Juli 2021*

an. Pembimbing I



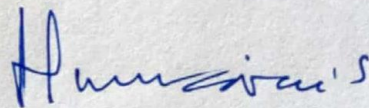
Jamroji, S.Sos., M.Comms

Wakil Dekan I



Dr. Dian Estu Kurniawati, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

FATKHUR ROHMAN

201410040311111

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

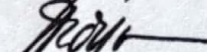
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Pada hari Sabtu 24 Juli 2021

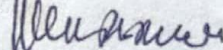
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Jamroji, S.Sos., M.Comms**

(an. )

2. **Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom**

()

3. **M. Fuad Nasvian, M.I.Kom**

(an. )

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial * Ilmu Pemerintahan * Ilmu Komunikasi * Sosiologi * Hubungan Internasional

Kampus III : Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. 0341-464316-19 Fax. 0341-460435, 460782, 466321 Malang 65144
E-mail :

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fatkhur Rohman
NIM : 201410040311111
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Sponsorship Brand Activation Blibli di Era Pandemi COVID-19 adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 juli 2021

Yang Menyatakan,

METERAI
TEMPEL
AD2A9AEF732724390
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Fatkhur Rohman

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Sponsorship *Brand Activation* Bibli di Era Pandemi COVID-19 ini dengan baik. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian syarat-syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis berupaya sebaik-baiknya dalam menyusun skripsi ini hingga akhirnya dapat selesai, meskipun terdapat beragam kendala dan kesulitan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai juga atas bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. Alhamdulillah dan Rasa syukur kepada Allah atas kasih sayang, rahmat dan hidayah-Nya
2. Kepada Rosulullah Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam yang telah mengajarkan Agama Islam kepada umatnya.
3. Orangtua yang telah mendukung, memberikan nasihat dan semangat, serta memberikan kepercayaan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Drs. H. Fauzan, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Zen Amirudin, M.Med.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan selaku Dosen Wali dari Ilmu Komunikasi angkatan 2014 kelas B.
7. Bapak Jamroji, S.Sos., M.Comms sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalaman yang luar biasa kepada penulis.
9. Terimakasih kepada Samsul Arif sebagai kakak pertama yang selalu mendukung dan memberikan masukan yang positif.

10. Kepada Ika Rahmawati sebagai kakak perempuan yang sabar selalu membimbing dengan baik.
11. Heru Nasrudin seorang kakak yang bijaksana dan selalu menyayangi adiknya.
12. Kepada Ramadhani selaku adik yang selalu memberi motivasi dan semangat.
13. Terimakasih kepada Lailiyavina Rohmatika yang selalu berdedikasi pada penulisan penelitian ini.
14. dan, Terimakasih juga kepada semua saudara dan teman-teman lainnya yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini.

Sekali lagi penulis mengucapkan banyak terimakasih atas kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa membalas dan melimpahkan karunia-Nya dalam setiap amal kebaikan. Amin

Malang, 14 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	i
LEMBAR DETEKSI PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Mamfaat.....	7
1.4.1 Secara Akademis.....	7
1.4.2 Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Proses Komunikasi Bermedia.....	8
2.1.1 Komunikasi Media Massa.....	8
2.2 Model Komunikasi.....	9
2.2.1 Model Komunikasi Lasswell.....	9
2.3 Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3.1 Segmentasi.....	10
2.3.2 Prosedur Segmentasi.....	11
2.3.3 Targetting.....	12
2.3.4 Mengkomunikasikan Positioning.....	12
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	13
2.4.1 Iklan dalam New Media.....	13
2.4.2 Marketing Public Relation.....	15

2.4.3 Event (Event Marketing).....	15
2.5 Pemasaran Sponsorship.....	16
2.5.1 Pemilihan Event Sponsorship.....	16
2.5.2 Jenis - Jenis Sponsorship.....	17
2.6 Brand Activation.....	18
2.6.1 Direct Marketing Activation	19
2.6.2 Social Media Activation	19
2.6.3 Promotion Activation	19
2.6.4 Marketing Event Activation.....	19
2.6.5 Sponsorship Activation.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	21
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	22
3.4 Data dan Sumber Data.....	22
3.5 Langkah Pengumpulan Data.....	23
3.6 Analisis Data.....	25
BAB IV SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	28
4.1 Sajian Data.....	28
4.2 Diskusi Penelitian.....	36
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan.....	44
5.2 Saran.....	44
LAMPIRAN.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Metrik Penelitian.....	47
Instrumen Wawancara.....	48
Instrumen Point Jawaban Wawancara.....	50
Struktur Bagan Marketing Bibli.....	56
Lembar Dokumen <i>Company Profile</i> Bibli.....	57

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Foster, Bob. 2020. *Komunikasi Pemasaran Dan Manajemen Merek*. Bandung: Bitread publishing.
- Foster, Rahmayanti, Reyta, dkk. 2019. *Pendidikan pemasaran di Era Digital 4.0*. Bandung: PT. Lontar Dital Asia betread.id.
- Muslimin, 2010. *Komunikasi Pembangunan*. Malang: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
- Mujib dan Saptiningsih. 2020. *School Branding Strategi di Era Disruptif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara
- Nunggrahani Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books
- Prasetyo, Febriani, dkk. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press

Jurnal

- Charisitia, Yuri Abigail. *Promosi jasa berbasis daring oleh elsphtography sub melalui instagram*. Soetomo Communication And Humanities: Vol 1, Ed 1 Halaman 32-45

Wibowo, Setio Pandu. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru*. Jurnal Komunikasi Profesional Vol 5, No 1 Halaman 38-56

Purba dan Meliana. 2020. *Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap PHK dan Pendapatan Pekerja di Indonesia*. Jurnal Kependudukan Indonesia: 43-48

Situs Web

Iprice Inshighths. 2021. Peta E-Commerce Indonesia. <https://iprice.co.id/insights/>.
(Diakses pada 05 Juni 2021 pukul 20.05)

Microsite Bilibli.com, Pusat Bantuan. <https://www.blibli.com/faq/topic/tentang-blibli/>.
(Diakses pada 05 Juni 2021 pukul 19.17)

Smid, 2021. Supermusic Nextzone Live 360 Virtual Concert' Pertemuan Dua Band Rock Fenomenal, Mooner dan Black Horses. <https://supermusic.id/> (Diakses pada 27 Juni 2021 pukul 19.33)

Wicaksono, Arif. 2021. Survei: 35% Organisasi Bisnis Punya Rencana Benar Atasi Krisis. <https://www.medcom.id/> (Diakses pada 03 Juni 2021 pukul 20.22)

Wuragil, Zacharias. 2021. Covid-19: WHO Belum Yakin Kebutuhan Vaksin Booster Saat Ini. <https://www.tempo.co/> (Diakses pada 29 Juni 2021 pukul 16.52)

BNPB. 2020, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang PSBB. <https://covid19.go.id/p/regulasi/pp-no-21-tahun-2020-tentang-psbb-dalam-rangka-penanganan-covid-19> (Diakses pada 26 Juni 2021 pukul 09.03)

PWC. 2021. *Global Crisis Survey 2021*. <https://www.pwc.com/gx/en/issues/crisis-solutions/global-crisis-survey.html>. (Diakses pada 26 Juni 2021 pukul 10.22)



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima Plagiasi

Nama : Fakhrul Ponman
NIM : 2014004031111

Hasil Plagiasi: ^{15/7} ^{14/7}

BAB I	23	13		
BAB II	11	-	-	-
BAB III	25	17		

^{15/7}

BAB IV	1	-	-	-
BAB V	4	-	-	-
BAB VI				

Malang, **16 Juli 2021**



Admin Plagiasi Studi
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki